

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TOSERBA LUWES
DI KABUPATEN WONOGIRI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Pendidikan (S-1)
Program Studi Pendidikan Akuntansi**



Disusun Oleh :

SITI SHOLIAH
A 210 060 082

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2010

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan di bidang ekonomi saat ini menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Hal ini ditandai dengan muncul dan tumbuhnya berbagai perusahaan yang masing-masing menjalankan usaha yang tidak sama. Usaha yang dijalankan oleh perusahaan-perusahaan tersebut sangat membantu dalam pemulihan kondisi ekonomi Indonesia.

Seiring perkembangan ekonomi, maka kebutuhan manusia juga semakin meningkat. Banyak usaha-usaha yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan manusia, salah satunya dengan memproduksi barang-barang kebutuhan tersebut dan kemudian mendistribusikannya melalui pasar, baik pasar tradisional maupun modern.

Menurut Setiawati dan Murwanti (2006: 76) "Pasar dapat dikatakan sebagai tempat bertemunya pihak penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi jual beli". Kegiatan masyarakat di perkotaan maupun di pedesaan juga semakin meningkat, sehingga menimbulkan berbagai kegiatan ekonomi yang ditandai dengan meningkatnya daya beli, berkembangnya kemampuan memproduksi barang dan jasa, serta meningkatnya permintaan barang dan jasa baik dari segi jumlah maupun kualitas. Untuk memenuhi kebutuhan

masyarakat tersebut, muncul fenomena baru yaitu pasar modern yang disebut juga dengan pasar swalayan.

Menurut Setiawati dan Murwanti (2006: 76)

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 23/MPR/Kep/1998. Pasar swalayan adalah pasar yang kegiatannya menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari secara langsung kepada konsumen dengan teknik pelayanan oleh konsumen itu sendiri.

Pasar Swalayan ini dipersiapkan untuk menghadapi era globalisasi dalam pasar bebas, dan pasar swalayan domestik ini diharapkan mampu bersaing dengan pasar swalayan asing yang ada.

Tingkat pertumbuhan pasar swalayan di Indonesia cukup tinggi. Pesatnya perkembangan di dunia bisnis tersebut dapat dilihat dari pesatnya perkembangan pusat - pusat perbelanjaan modern. Semua itu tidak terlepas dari keunggulan-keunggulan yang ditawarkan oleh masing-masing pusat perbelanjaan tersebut. misalnya dengan memberikan produk yang bermutu baik, harga lebih murah, penyerahan produk lebih cepat, dan pelayanan yang baik. Hal ini dilakukan agar perusahaan dapat mempertahankan usahanya ataupun memenangkan persaingan dalam usaha.

Perusahaan yang berhasil bertahan dalam perdagangan adalah perusahaan yang mampu memberikan kepuasan kepada konsumen dan pelayanan yang lebih baik dari pesaingnya. Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang bermutu kepada pelanggannya. Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen sekarang sudah menjadi hal yang penting

bagi perusahaan. Hal ini dikarenakan pelanggan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk atau jasa yang ada.

Supaya perusahaan dapat unggul atau bahkan hanya untuk bertahan hidup, di butuhkan filosofi baru. Hanya perusahaan yang berwawasan pelanggan yang akan hidup, karena mereka bisa memberikan nilai yang baik dari pada pesaing kepada pasar sasarannya. Perusahaan-perusahaan ini akan mahir dalam mendapatkan pelanggan, bukan hanya sekedar membuat produk. Mereka cangih dalam merekayasa pasar, dan bukan hanya merekayasa produk. (Kotler, 2000:46).

Menurut kotler (2001: 23) “Kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*Expected service*)”.

Apabila Pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan yang setia. Apabila kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen telah tercapai, maka harapannya adalah terciptanya loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan terhadap suatu merek dan pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang. Menurut Irawati dalam Ariyanto dan Suryansari (2005: 122) “Pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang bersedia melakukan pembelian ulang dari produsen yang sama, melaksanakan *word of mouth* yang positif, dan kebal terhadap bujukan pesaing”.

Mengingat arti pentingnya kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dalam menciptakan loyalitas pelanggan, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TOSERBA LUWES DI KABUPATEN WONOGIRI”.

B. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas serta agar mempermudah masalah yang akan dibahas, maka penulis membatasi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Sesuai dengan judul yang diajukan, penelitian ini hanya berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan pada toserba Luwes di Kabupaten Wonogiri.
2. Pengamatan dan penelitian ini terbatas pada konsumen toserba Luwes di Kabupaten Wonogiri.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang masalah maka permasalahan yang dirumuskan dalam permasalahan ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada toserba Luwes di Kabupaten Wonogiri?
2. Apakah kepuasan konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada toserba Luwes di Kabupaten Wonogiri?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada toserba Luwes di Kabupaten Wonogiri.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dalam melakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada toserba Luwes di Kabupaten Wonogiri.
2. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada toserba Luwes di Kabupaten Wonogiri.
3. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pada toserba Luwes di Kabupaten Wonogiri.

E. Manfaat Penelitian

Diharapka penelitian ini dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi perusahaan

Diharapkan dapat memberikan masukan dan gambaran bagi toserba Luwes di Kabupaten Wonogiri untuk dapat memberikan perhatian yang lebih baik terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, karena kedua faktor tersebut mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

2. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan dan dapat mempraktekkan teori yang selama ini penulis dapatkan di bangku kuliah dengan keadaan yang sebenarnya pada perusahaan.

3. Bagi pihak lain

Penelitian ini dapat di jadikan referensi untuk dapat menambah pengetahuan dan sekaligus sebagai bahan perbandingan untuk penelitianyang serupa , serta juga dapat sebagai bahan pertimbangan untuk pihak yang ingin mendirikan suatu bisnis atau usaha, khususnya mengambil langkah-langkah pemasaran yang tepat dan ekonomis.

F. Sistematika Skripsi

Untuk mendapat gambaran yang jelas mengenai skripsi yang peneliti susun, maka dikemukakan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan diuraikan tentang Definisi pemasaran, manajemen pemasaran, konsep pemasaran, definisi kualitas pelayanan, karakteristik jasa pelayanan, dimensi kualitas pelayanan, identifikasi konsumen, definisi kepuasan pelanggan, metode pengukuran kepuasan pelanggan, strategi kepuasan pelanggan, definisi loyalitas pelanggan, loyalitas dan siklus pembelian, jenis-jenis loyalitas, pengukuran loyalitas pelanggan, pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan, kerangka pemikiran, hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pengertian metode penelitian, jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi, sample, sampling, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, penyajian data, analisis data, pembahasan dan hasil penelitian

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN